第四节经营情况讨论与分析一、概述2020年是极不平凡的一年，新冠肺炎疫情全球大流行，推动世界百年未有之大变局加速演进，世界经济正在经历上世纪30年代大萧条以来最严重的衰退。全球显示产业链受到不同程度的冲击，行业发展面临诸多挑战，行业重组整合时有发生，海外产能宣布将陆续退出LCD市场，产业集中度进一步提升，市场资源进一步向头部企业聚集等。中小尺寸显示市场也面临诸多挑战，上游部分关键资源供应出现紧缺，下游手机、车载等市场遭遇严重冲击，医疗类产品需求大幅增长，居家办公和远程教育促使笔记本电脑和平板电脑等产品的需求增加。2020年，公司坚持“1+1+N”战略引领，统筹疫情防控和经营发展“两手抓”，实现各产线的稳产满产。公司持续推进产品结构升级，优化业务组合，快速向市场推出技术创新产品，不断提升高附加值产品出货比。公司a-Si业务持续提升效率与效益，医疗显示大幅增长；LTPS业务在保持智能手机业务全球领先地位的同时，积极拓展中尺寸（包括笔记本电脑、平板电脑）及车载业务；AMOLED柔性手机屏实现对品牌客户的稳定量产出货，穿戴业务实现重大突破，非显业务培育孵化；技术创新取得新成果，降本增效成果显着，新产线建设顺利，市场地位和品牌形象进一步提升。二、主营业务分析1、概述2020年，公司继续以全球领先为目标，坚持一手抓疫情防控，一手抓经营管理，在不确定性中把握住了机会，于危机中育先机、于变局中开新局，实现了盈利大幅增长，各项业务均取得重要进展。技术开发方面，公司在加强前瞻性技术研究的同时，大力突破与推广先进应用技术。技术能力持续提升，前瞻性技术和产品技术均取得新进展：2020年持续整合研发资源，优化技术创新体系，全新发布MicroLED、折叠OLED、屏下摄像头、屏内指纹识别、Acrus等五大技术；AMOLED产品技术和工艺水平快速提升，实现主流品牌客户项目垂直起量，智能穿戴实现多项技术突破；LTPS全面屏技术持续行业领先，手机主流产品开发从单孔全面屏到双盲孔全面屏，高刷新频率从90Hz到120Hz和144Hz，高附加值项目全面铺开，覆盖行业主流品牌客户；中尺寸产品从FHD60Hz到超高频360Hz/WQHD120Hz升级迭代；a-Si产品主要聚焦车载、工控及差异化智能手机显示领域，技术升级保持行业竞争力；柔性AMOLED技术方面，公司规划了自主研发的HTD（HybridTFTDisplay）技术、CFOT（偏光片取代技术）、折叠技术、屏下摄像头技术、屏下指纹技术、内嵌式触控技术等先进前沿技术，其中公司HTD技术预计2021年上半年开始进入量产性验证阶段；非显示应用技术方面，公司在液晶天线、微流控、智能调光、大面积玻璃指纹识别等多项技术领域开发，并进行商业化布局。市场营销方面，公司聚焦品牌客户，坚持中高端产品策略，稳定并扩大现有市场占有率，积极布局新兴市场。一方面，公司在移动智能终端市场继续加强与现有国内外大客户的深度合作，紧跟行业主流品牌客户，持续保持为诸多客户的核心供应商，积极进入客户中高端产品线。报告期内，公司第三代全面屏量产持续领先：迭代产品孔类、高频、窄边框稳定量产，LTPS智能机手机出货量持续三年保持全球第一，LTPS盲孔产品占比进一步提升，盈利能力同比大幅提升；中尺寸业务聚焦高阶笔电和平板，产品技术能力不断精进，实现快速突破。AMOLED柔性手机业务获得多款大客户项目机会，实现行业主流品牌客户批量交付，穿戴业务实现重大突破，出货量大幅增长，公司全年AMOLED产品出货量同比翻番。另一方面，公司不断加大对车载显示市场的投入力度，积极拓展新能源汽车市场，开展复杂模组业务，提升产品附加值，并积极推广车载In-cell和LTPS技术应用：在今年汽车行业大洗牌的背景下，凭借在车载显示领域的长期耕耘以及与客户持续稳定合作累积的雄厚基础，公司车载TFT出货量跃居全球第一，通过技术和产品升级，车载显示业务克服疫情影响，实现销售收入逆势增长，新赢得的客户项目的数量和金额均高于同期，行业头部竞争优势明显。受疫情影响，行业工控领域受到冲击，但公司医疗显示业务同比大幅提升，通过深挖市场和客户机会，公司在高端医疗、航海、智能家居、VoIP等多个细分市场依然保持领先。产业布局方面，公司拥有或正在建设从第2代至第6代TFT-LCD（含a-Si、LTPS）产线、第5.5代AMOLED产线、第6代LTPSAMOLED产线以及TN、STN产线。报告期内，武汉天马第6代AMOLED产能已规模释放，并已向手机品牌大客户实现稳定批量交付；创新中心完成首台核心设备搬入，建设顺利；天马显示科技第6代柔性AMOLED生产线项目总投资480亿元，是目前国内体量最大的柔性AMOLED单体工厂，已于2020年5月18日全面开工，预计2021年上半年封顶，下半年开始设备搬入，目前进展非常顺利，该项目建成后，将助力公司柔性AMOLED产能规模跻身全球前三。管理提升方面，进一步梳理关键业务流程和决策机制，支持供需匹配的快速决策，提升运营效率及信息化程度。通过资源的全景图管理和材料降本专项管理，顺利保证新项目快速进入量产，推动原材料成本快速下降；通过与核心供应商联合开发，实现材料多元化，多个材料打破垄断并实现国产化零的突破；逐步完善分层分类的人才激励体系，健全多层次、多类别的激励方案，让激励理念深入人心；通过“成本改善金点子”征集活动，充分调动员工的积极性、能动性、创造性，降本增效，通过极致成本管理，提质增效成果显着。质量与客服方面，公司坚持质量制胜，追求卓越品牌。公司深入宣导“价值引领，明是非，零缺陷，定规则，勇担当”五大关键词，进一步推进质量文化和制度建设，优化质量管理体系，加强预防型质量体系建设，强化质量链协同，持续开展“大咖质量谈”活动，推进质量文化落地，增加品牌影响力。公司将质量文化理念融入常态工作，全面质量意识不断提升，公司持续通过优异的产品质量和良好的服务质量为客户创造更多价值。2020年，公司获得多家国内外客户颁发的优秀供应商奖及质量奖项，树立了良好的品牌形象。社会责任方面，公司坚持与员工、客户、供应商、政府、股东、社区等利益相关方共赢发展。2020年，公司发布了《2019年天马企业社会责任报告》，公司积极响应各利益相关方需求，持续完善CSR管理体系，提升CSR管理能力。面对突如其来的新冠疫情，公司在严格落实疫情防控各项规定和确保员工安全防护到位的前提下保持持续生产经营。今年一季度受到上游材料供给端的挑战，公司快速反应，联系相关部门协调推动供应链企业尽快复工复产，协调资源解决物流瓶颈，确保医疗用显示屏及时供应，对抗击疫情需要的医疗器械显示屏进行了特别保障，武汉火神山、雷神山及金银潭等医院部分医疗设备采用公司医疗用显示产品。此外，公司及时向相关部门、医院捐赠了一次性医用口罩、一次性防护服等医疗物资，为坚决打赢疫情防控阻击战贡献力量；公司最终控制人航空工业集团向湖北省等疫区捐赠5000万元现金，全力支持打赢疫情阻击战。央视《焦点访谈》栏目播出《上下同力不掉“链子”》专题节目，讲述了公司在做好常态化疫情防控的前提下，通过千里驰援打通堵点、协助上下游企业复工复产连接断点，切实体现了公司与各方共赢的价值观，展现了企业社会责任担当。2020年，公司实现营业收入292.33亿元，同比下降3.46%；实现净利润14.75亿元，同比增长77.79%。2020年主要财务项目变动如下：单位：元项目2020年度2019年度增减额幅度附注营业收入29,232,745,052.0330,281,970,068.28-1,049,225,016.25-3.46%营业成本23,553,322,708.2025,180,411,084.29-1,627,088,376.09-6.46%税金及附加215,771,184.62194,494,535.4921,276,649.1310.94%销售费用317,344,253.26472,167,334.92-154,823,081.66-32.79%（1）管理费用986,260,432.311,091,365,666.13-105,105,233.82-9.63%研发费用2,024,136,818.811,856,907,233.95167,229,584.869.01%财务费用838,822,935.40725,573,915.46113,249,019.9415.61%其他收益660,259,092.98670,606,114.56-10,347,021.58-1.54%信用减值损失（损失以“－”号填列）43,465,857.0215,830,490.0427,635,366.98损失减少27,635,366.98元（2）资产减值损失（损失以“－”号填列）-386,281,310.78-444,775,019.9358,493,709.15损失减少58,493,709.15元营业外收入36,921,366.2417,609,910.1919,311,456.05109.66%（3）营业外支出3,959,443.212,517,630.181,441,813.0357.27%（4其他综合收益/（损失以“－”号填列）-12,540,495.1516,497,459.51-29,037,954.66损失增加29,037,954.66元（5经营活动产生的现金流量净额6,676,875,433.834,760,660,819.601,916,214,614.2340.25%（6投资活动产生的现金流量净额-10,387,240,956.84-9,295,060,591.47-1,092,180,365.37减少1,092,180,365.37元（7筹资活动产生的现金流量净额5,140,011,640.494,028,514,224.461,111,497,416.0327.59%））））（1）销售费用减少，主要系本年根据新收入准则将运输费用调整至营业成本列示所致。（2）信用减值损失减少，主要系本期转回应收款项坏账准备增加所致?（3）营业外收入增加，主要系计入营业外收入的政府补助增加所致。（4）营业外支出增加，主要系与非日常活动相关的净损失增加所致。（5）其他综合收益减少，主要系汇率变动影响外币财务报表折算差额减少所致。（6）经营活动产生的现金流量净额增加，主要系购买商品、接受劳务支付的现金减少，以及收到的税费返还增加所致。（7）投资活动产生的现金流量净额减少，主要系本年武汉天马第6代LTPSAMOLED生产线项目购建资产支付现金增加所致。2、收入与成本（1）营业收入构成单位：元2020年2019年同比增减金额占营业收入比重金额占营业收入比重营业收入合计29,232,745,052.03100%30,281,970,068.28100%-3.46%分行业电子元器件行业29,043,283,421.0799.35%30,052,669,961.1299.24%-3.36%其他189,461,630.960.65%229,300,107.160.76%-17.37%分产品显示屏及显示模组29,043,283,421.0799.35%30,052,669,961.1299.24%-3.36%其他189,461,630.960.65%229,300,107.160.76%-17.37%分地区国内21,854,833,481.2274.76%22,841,916,533.6975.43%-4.32%国外7,377,911,570.8125.24%7,440,053,534.5924.57%-0.84%（2）占公司营业收入或营业利润10%以上的行业、产品或地区情况√适用□不适用单位：元营业收入营业成本毛利率营业收入比上年同期增减营业成本比上年同期增减毛利率比上年同期增减分行业电子元器件行业29,043,283,421.0723,431,788,282.3819.32%-3.36%-6.26%2.49%分产品显示屏及显示模组29,043,283,421.0723,431,788,282.3819.32%-3.36%-6.26%2.49%分地区国内21,665,371,850.2617,298,784,233.8520.15%-4.19%-8.62%3.86%国外7,377,911,570.816,133,004,048.5316.87%-0.84%1.10%-1.60%公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据□适用√不适用（3）公司实物销售收入是否大于劳务收入√是□否行业分类项目单位2020年2019年同比增减电子元器件行业销售量片304,281,121319,535,473-4.77%生产量片303,211,446319,746,305-5.17%库存量片9,222,17810,291,853-10.39%相关数据同比发生变动30%以上的原因说明□适用√不适用（4）公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况□适用√不适用（5）营业成本构成行业分类单位：元行业分类项目2020年2019年同比增减金额占营业成本比重金额占营业成本比重电子元器件行业耗用的原材料和低值易耗品等16,197,769,269.0669.13%18,234,021,125.5572.95%-11.17%电子元器件行业折旧与摊销2,553,386,262.0510.90%2,426,286,147.109.71%5.24%电子元器件行业人力费用1,957,983,979.498.36%2,047,555,712.168.19%-4.37%电子元器件行业动力费用899,577,491.763.84%912,424,218.023.65%-1.41%电子元器件行业其他费用1,823,071,280.027.78%1,375,876,436.345.50%32.50%合计23,431,788,282.38100.00%24,996,163,639.17100.00%-6.26%说明无。（6）报告期内合并范围是否发生变动□是√否（7）公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况□适用√不适用（8）主要销售客户和主要供应商情况公司主要销售客户情况前五名客户合计销售金额（元）14,784,255,337.55前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例50.90%前五名客户销售额中关联方销售额占年度销售总额比例0.00%公司前5大客户资料序号客户名称销售额（元）占年度销售总额比例1客户A4,716,977,540.2916.24%2客户B4,094,863,016.4914.10%3客户C2,690,981,048.309.27%4客户D1,922,194,650.556.62%5客户E1,359,239,081.924.68%合计--14,784,255,337.5550.90%主要客户其他情况说明□适用√不适用公司主要供应商情况前五名供应商合计采购金额（元）4,289,446,164.54前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例20.97%前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例0.00%公司前5名供应商资料序号供应商名称采购额（元）占年度采购总额比例1供应商A1,514,094,063.077.40%2供应商B819,834,381.854.01%3供应商C703,511,261.923.44%4供应商D642,517,935.183.14%5供应商E609,488,522.532.98%合计--4,289,446,164.5520.97%主要供应商其他情况说明□适用√不适用3、费用单位：元2020年2019年同比增减重大变动说明317,344,253.26472,167,334.92-32.79%销售费用减少，主要系本年根据新收入准则将运输费用调整至营业成本列示所致销售费用管理费用986,260,432.311,091,365,666.13-9.63%财务费用838,822,935.40725,573,915.4615.61%研发费用2,024,136,818.811,856,907,233.959.01%4、研发投入√适用□不适用显示行业技术发展较快，若公司新技术、新工艺、新产品不能持续研发与升级，或出现核心技术人员流失、技术泄密等情况，将会对公司的竞争力带来不利影响。公司根据技术成熟度和产业化应用需求，科学布局前瞻性技术和产业化技术，不断增加研发人员数量和研发投入。目前，公司已自主掌握LTPSTFT-LCD、AMOLED、触控一体化技术（On-cell、In-cell）、柔性显示、ForceTouchTEDPlus、屏下/屏内指纹识别等诸多国际先进、国内领先的行业前沿及量产技术，并在Mini/MicroLED等技术领域进行布局，持续巩固公司在中小尺寸显示领域的领先地位。公司研发投入情况2020年2019年变动比例研发人员数量（人）7,1326,45810.44%研发人员数量占比19.03%16.21%增加2.82个百分点研发投入金额（元）2,065,755,595.691,856,907,233.9511.25%研发投入占营业收入比例7.07%6.13%增加0.94个百分点研发投入资本化的金额（元）41,618,776.880.00增加41,618,776.88元资本化研发投入占研发投入的比例2.01%0.00%增加2.01个百分点研发投入总额占营业收入的比重较上年发生显着变化的原因□适用√不适用研发投入资本化率大幅变动的原因及其合理性说明□适用√不适用5、现金流单位：元项目2020年2019年同比增减经营活动现金流入小计36,154,444,983.7735,930,003,087.630.62%经营活动现金流出小计29,477,569,549.9431,169,342,268.03-5.43%经营活动产生的现金流量净额6,676,875,433.834,760,660,819.6040.25%投资活动现金流入小计7,487,304.237,389,772.351.32%投资活动现金流出小计10,394,728,261.079,302,450,363.8211.74%投资活动产生的现金流量净额-10,387,240,956.84-9,295,060,591.47减少1,092,180,365.37元筹资活动现金流入小计20,801,552,155.9115,125,680,800.0037.52%筹资活动现金流出小计15,661,540,515.4211,097,166,575.5441.13%筹资活动产生的现金流量净额5,140,011,640.494,028,514,224.4627.59%现金及现金等价物净增加额1,328,682,199.35-465,110,304.99增加1,793,792,504.34元相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明√适用□不适用（1）筹资活动现金流入增加，主要系本年非公开发行A股股票收到募集资金，上年无此事项所致。（2）筹资活动现金流出增加，主要系本年归还银行贷款增加所致。报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明√适用□不适用公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在较大差异，主要系报告期内公司资产减值准备、固定资产折旧、无形资产摊销、长期待摊费用摊销、财务费用、存货、经营性应收及应付等因素共同影响所致。三、非主营业务分析□适用√不适用四、资产及负债状况分析1、资产构成重大变动情况公司2020年起首次执行新收入准则或新租赁准则且调整执行当年年初财务报表相关项目适用单位：元2020年末2020年初比重增减重大变动说明金额占总资产比例金额占总资产比例货币资金4,547,922,564.026.18%3,219,240,364.674.92%1.26%应收账款5,117,028,600.526.96%5,832,824,938.218.91%-1.95%存货3,468,805,804.514.72%3,338,504,084.825.10%-0.38%投资性房地产27,076,864.270.04%28,434,036.830.04%0.00%长期股权投资542,748,628.700.74%32,511,214.370.05%0.69%固定资产26,704,685,499.0536.30%28,245,895,117.3143.16%-6.86%在建工程27,570,689,355.1537.48%19,004,742,793.0229.04%8.44%短期借款400,496,111.110.54%5,808,322,050.638.87%-8.33%长期借款18,511,887,139.7325.17%13,408,450,000.0020.49%4.68%2、以公允价值计量的资产和负债√适用□不适用单位：元项目期初数本期公允价值变动损益计入权益的累计公允价值变动本期计提的减值本期购买金额本期出售金额其他变动期末数金融资产应收款项融资357,176,937.8352,114,869.27409,291,807.10上述合计357,176,937.8352,114,869.27409,291,807.10其他变动的内容无。报告期内公司主要资产计量属性是否发生重大变化□是√否3、截至报告期末的资产权利受限情况单位：元项目期末账面价值受限原因固定资产3,852,094,845.99抵押借款无形资产659,755,614.69抵押借款应收款项融资137,107,974.91票据质押合计4,648,958,435.59-五、投资状况1、总体情况√适用□不适用报告期投资额（元）上年同期投资额（元）变动幅度3,460,000,000.002,210,518,284.6856.52%2、报告期内获取的重大的股权投资情况√适用□不适用单位：元被投资公司名称主要业务投资方式投资金额持股比例资金来源合作方投资期限产品类型截至资产负债表日的进展情预计收本期投资盈亏是否涉披露日期（如披露索引（如有）况益诉有）武汉天马微电子有限公司显示屏及显示模组增资2,200,000,000.00100.00%自有资金等-长期不适用已完成增资验资不适用不适用否2018年07月28日巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）湖北长江新型显示产业创新中心有限公司显示屏及显示模组增资750,000,000.00100.00%自有资金等-长期不适用已完成增资不适用不适用否2019年08月01日巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）厦门天马显示科技有限公司显示屏及显示模组新设510,000,000.0015.00%自有资金等厦门国贸产业有限公司、厦门金圆产业发展有限公司、厦门兴马股权投资合伙企业(有限合伙)、厦门象屿集团有限公司长期不适用已完成注册登记手续，已完成增资验资不适用不适用否2020年01月09日巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）合计----3,460,000,000.00----------------------3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况√适用□不适用单位：元项目名称投资方式是否为固定资产投资投资项目涉及行业本报告期投入金额截至报告期末累计实际投入金额资金来源项目进度预计收益截止报告期末累计实现的收益未达到计划进度和预计收益的原因披露日期（如有）披露索引（如有）武汉天马第6代LTPSAMOLED生产线项目自建是电子元器件行业8,540,774,499.1328,963,298,352.47募集资金、自有资金、银行借款、政府补助等70.09%不适用不适用不适用2014年09月30日、2018年07月28日巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）合计------8,540,774,499.1328,963,298,352.47--------------4、金融资产投资（1）证券投资情况□适用√不适用公司报告期不存在证券投资。（2）衍生品投资情况□适用√不适用公司报告期不存在衍生品投资。5、募集资金使用情况√适用□不适用（1）募集资金总体使用情况√适用□不适用单位：万元募集年份募集方式募集资金总额本期已使用募集资金总额已累计使用募集资金总额报告期内变更用途的募集资金总额累计变更用途的募集资金总额累计变更用途的募集资金总额比例尚未使用募集资金总额尚未使用募集资金用途及去向闲置两年以上募集资金金额2020年非公开发行股票556,298.28556,298.28556,298.280.000.000.00%0.00不适用0.00合计--556,298.28556,298.28556,298.280.000.000.00%0.00--0.00募集资金总体使用情况说明经中国证券监督管理委员会《关于核准天马微电子股份有限公司非公开发行股票的批复》（证监许可[2020]1016号）核准，公司以非公开发行股票的方式发行409,624,610股公司A股股票，面值为每股人民币1元，发行价格为每股人民币13.66元，募集资金总额为人民币5,595,472,172.60元，扣除本次发行相关的费用32,489,404.44元（不含增值税）后，实际募集资金净额为人民币5,562,982,768.16元。此次非公开发行募集资金已于2020年8月18日全部到位。上述募集资金到位情况已经致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（致同验字[2020]第110ZC00291号）验证。在募集资金到位以前，为保证募集资金投资项目顺利进行，公司以自筹资金先期投入部分募集资金投资项目的建设。先期投入的自筹资金金额已经致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具的致同专字[2020]第110ZA08639号《关于天马微电子股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目情况鉴证报告》验证。2020年8月19日，公司第九届董事会第十四次会议审议通过了《关于使用募集资金置换预先投入募投项目自筹资金的议案》，董事会同意公司使用募集资金人民币556,298.28万元置换公司预先投入募投项目的自筹资金。截至2020年12月31日，本公司本年度使用募集资金人民币5,562,982,768.16元，累计使用募集资金5,562,982,768.16元，无尚未使用的募集资金余额。上述募集资金专项账户内的募集资金已按募集资金用途全部使用完毕，本公司已将募集资金专户中的利息结余总计92,410.10元转入其他账户。（2）募集资金承诺项目情况√适用□不适用单位：万元承诺投资项目和超募资金投向是否已变更项目募集资金承诺投资调整后投资总额(1)本报告期投入金额截至期末累计投入截至期末投资项目达到预定可使本报告期实现是否达到项目可行性是(含部分变更)总额金额(2)进度(3)＝(2)/(1)用状态日期的效益预计效益否发生重大变化承诺投资项目武汉天马微电子有限公司第6代LTPSAMOLED生产线二期项目否556,298.28556,298.28556,298.28556,298.28100.00%不适用不适用不适用否承诺投资项目小计--556,298.28556,298.28556,298.28556,298.28----------合计--556,298.28556,298.28556,298.28556,298.28----------未达到计划进度或预计收益的情况和原因（分具体项目）无项目可行性发生重大变化的情况说明无超募资金的金额、用途及使用进展情况不适用募集资金投资项目实施地点变更情况不适用募集资金投资项目实施方式调整情况不适用适用在募集资金到位以前，为保证募集资金投资项目顺利进行，本公司以自筹资金先期投入部分募集资金投资项目的建设。先期投入的自筹资金金额已经致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具的致同专字[2020]第110ZA08639号《关于天马微电子股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目情况鉴证报告》验证。2020年8月19日，公司第九届董事会第十四次会议审议通过了《关于使用募集资金置换预先投入募投项目自筹资金的议案》，董事会同意公司使用募集资金人民币5,562,982,768.16元置换公司预先投入募投项目的自筹资金。募集资金投资项目先期投入及置换情况用闲置募集资金暂时补充流动资金情况不适用项目实施出现募集资金结余的金额及原因不适用尚未使用的募集资金用途及去向不适用募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况不适用（3）募集资金变更项目情况□适用√不适用公司报告期不存在募集资金变更项目情况。六、重大资产和股权出售1、出售重大资产情况□适用√不适用公司报告期未出售重大资产。2、出售重大股权情况□适用√不适用公司报告期未出售重大股权。七、主要控股参股公司分析√适用□不适用主要子公司及对公司净利润影响达10%以上的参股公司情况单位：元公司名称公司类型主要业务注册资本总资产净资产营业收入营业利润净利润厦门天马微电子有限公司子公司显示屏及显示模组880,000万元26,567,658,978.6313,772,294,407.8816,639,254,004.391,881,717,685.041,712,346,824.73上海天马微电子有限公司子公司显示屏及显示模组103,000万元5,383,835,990.542,383,701,710.604,827,729,298.18301,914,455.23270,669,741.29报告期内取得和处置子公司的情况□适用√不适用主要控股参股公司情况说明无。八、公司控制的结构化主体情况□适用√不适用九、公司未来发展的展望1、行业发展趋势坚持把发展经济着力点放在实体经济上，已成为共识，实体经济将迎来新的发展机遇。同时中国正逐步形成以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局。中国具有超大规模市场的潜力和优势以及相对完整的产业体系，中国的半导体材料、新型显示以及集成电路等战略新兴产业迎来新的发展阶段，伴随着5G、AIOT等新技术的发展与普及，面板显示行业正迎来新一轮的快速增长。随着显示技术的不断进步和新兴应用领域市场缤纷呈现，中小尺寸显示领域下游应用市场需求的变革对显示面板企业提出了更高的要求，将推动中小尺寸显示领域竞争格局的进一步重塑。中小尺寸显示领域的下游应用市场主要包括以智能手机、智能穿戴、笔电与平板电脑等为代表的移动智能终端显示市场，以车载、工控、医疗、HMI等为代表的专业显示市场以及VR/AR、智能家居、传感器等为代表的新兴市场。在移动智能终端显示市场，2020年其全球市场规模超过18亿片,同比下滑约1%；随着居家办公和在线教育等兴起、5G普及以及穿戴产品功能升级与优化等，预计2021年整体市场将回暖，移动智能终端市场规模将达到19.66亿片，成长率约7.7%。根据Omdia、IDC等机构资讯，2020年全球智能手机市场规模为12.8亿，同比下滑6.7%，但随着5G的商业和新兴市场的崛起以及疫后经济复苏，2021年智能手机市场将强劲反弹，预计将达13.8亿部，成长率约为10%，市场格局亦将进一步重塑。产品技术层面，在窄边框、低功耗、高屏占比、高刷新率、曲面屏和折叠屏等性能与形态持续提升与转变下，AMOLED市场渗透率将持续提升，LTPS安卓智能机出货量将有所增加，a-SiLCD主要用于低端甚至超低端产品，需求相对稳定。中尺寸市场方面，2020年全球中尺寸（含笔记本电脑和平板电脑）市场规模达到3.54亿片，同比成长为17.3%，随着居家办公常态化、在线教育等兴起，预计2021年将达到3.67亿片，同比成长3.7%，其中差异化市场（如游戏笔记本、开发者笔记本）兴起以及品牌厂商通过采用高规格显示屏来增强产品竞争力等因素，高性能笔记本电脑显示屏（超窄边框、低功耗、高分辨率、触控一体化等）将保持成长态势，已处于技术成熟期的LTPS面板将迎来新机遇。穿戴市场方面，2020年全球穿戴（智能手表与智能手环）市场规模超过1.7亿片，同比成长率超过8%，预计到2021年超过2亿片，成长率为22.9%；产品技术方面，受益于窄边框、低功耗、轻薄及可弯曲等技术特性的推动，AMOLED正逐步取代PMOLED市场，预计AMOLED及COF产品占比将进一步提升。在专业显示市场，受疫情导致停工停产等因素影响，根据Omdia等机构资讯，2020年专显市场规模约476亿元人民币，同比下滑12.8%，但随着全球疫情缓解、新基建兴起和数字化基础建设的不断完善、5G与AIOT在各行业应用不断推进以及车载“新四化”的渗透率提升，预计整体市场将呈现复苏态势，预计2021年将突破500亿元人民币。车载显示市场方面，2020年全球整车市场同比下降约14%，2021年将逐步回温；随着智能驾驶等级的提高，除传统中控仪表显示化外，智能座舱成为新趋势，在注重场景化交互的时代，智能座舱为显示带来3D、高清化、多屏化、大屏化、触控一体化等多样化布局，中控台联屏设计在2020年被多家主机厂采用；此外，虚拟后视镜、透明A柱等新设计开始量产，OLED、MiniLED等新技术也逐步被采用，大尺寸、触控一体化等需求显着增加；未来，5G的普及与无人驾驶等因素将进一步助推车内显示产品搭载率提升。其它应用市场方面，工业市场受制于下游行业不景气，在2020年呈小幅下滑，随着全球疫情不断好转，经济不断复苏，5G、AIOT、新基建等推动，2021年工业市场将逐步转好，其中医疗显示屏方面，2020年疫情带动呼吸机、监护仪等医疗设备市场快速增长；远程医疗、智慧医疗在政府的推动下也加快落地，后疫情时代，家庭医疗将被消费者更加重视，将为医疗显示带来更多机会。与此同时，随着显示技术的进步，产业竞争将更加激烈。整体上看，全球面板行业a-SiTFT-LCD产能整体仍供过于求，随着部分同业者的退出，竞争格局将逐步改善，从2020年下半年开始，受到市场需求快速成长、驱动IC等资源紧张影响，供应持续偏紧；LTPSTFT-LCD整体产能相对稳定，尽管会面临AMOLED下沉挤压，但大屏化、窄边框、高刷新率等智能手机新技术新产品提升了LTPS产品的竞争力，此外，LTPS在车载显示、高端笔记本电脑、平板等应用市场渗透率正不断提升；AMOLED方面，5G通讯技术商用及折叠手机的兴起，长期来看有助于提升AMOLED的市场需求，且伴随着各面板厂商AMOLED新线产能的逐步释放，这都将改变现有的供需关系，为显示行业带来新的机会和挑战。下游终端市场及中游面板行业破产重组并购事件时有发生，品牌集中度越来越高，也在不断影响显示产业的竞争格局。此外，LTPSTFT-LCD技术已成为现在最成熟与稳定的中端智能手机的主力，而AMOLED技术将成为引领显示行业变革的先锋，Mini/MicroLED成为行业关注的热点，只有具备长期稳健经营能力，且拥有核心技术并能够快速响应客户需求的企业才能以创新供给匹配消费需求，在竞争中处于优势地位。2、公司的发展战略在对行业竞争格局和发展趋势进行深入剖析的基础上，公司制定了全面系统的发展战略。展望未来，公司将继续以全球领先为目标，坚持“1+1+N”战略引领，将以智能手机、平板电脑、智能穿戴为代表的移动智能终端为公司的核心业务【1】，将车载作为公司转型和增长的关键业务【1】，将工业品（医疗、HMI）、横向细分市场、纵向产业链上下游、非显示应用等作为公司的增值业务【N】，以价值观为基石，以愿景为企业目标，持续深耕中小尺寸显示领域，持续扩大全球各领域业务的深入布局，适当拓展中小尺寸边界，整合全球资源，拓展非显业务与产业链上下游，进一步优化业务组合，在全球范围内提供显示解决方案和快速服务支持，加速实现全球显示领域领先企业的战略目标。公司未来的发展规划是明确的：【1】移动智能终端a-Si业务保持稳定发展，LTPS手机市占率保持全球第一，并保持产品、技术持续领先，LTPS中尺寸业务快速增长，AMOLED事业成功，中期目标全球前三，穿戴业务快速增长；【1】车载产品市占率保持全球第一，提高LTPS产品和复杂模组销售额快速增长，提升产品附加值；【N】工业品业务持续深耕现有利基市场，提升差异化和高附加值产品占比，同时积极开拓新兴领域及市场，核心市场做到产品和技术领先，新兴市场抢占先机，保持目标市场份额全球前二。3、经营计划2021年，公司将在做好新冠疫情常态化防控的基础上，坚持“1+1+N”战略引领，以“聚焦、拓展、整合”为战略主题，不断强化大局意识、客户意识、经营意识、创新意识和危机意识，坚持创新驱动，提升技术水平，夯实基础能力，激发团队活力，聚焦关键任务，紧紧围绕客户，为客户创造价值，推进各项业务取得新进展。2021年，公司将持续提升经营管理能力，坚持以提升经营效率为工作核心，全面提升精细化管理能力。通过提升移动智能终端显示业务竞争与盈利能力、专业显示业务的发展速度与质量，提升产品附加值，提高市场份额；通过资源的前瞻性布局及成本优化等，挖掘资源战略优势，合理整合有效资源，构建有竞争力的成本优势；通过“精益化、自动化、信息化”三化融合，建立LTPS智能制造体系，保持产品竞争力，进一步扩大LTPS产线的优势；同时重点推进AMOLED事业在新品开发、产能、良率等方面稳步提升；深入推进高效运营及信息化建设，通过数据治理进一步发挥数据资源价值，完善流程和体系建设，持续优化运营管理和决策机制，提升运营管理效益；通过不断提升技术能力，充分发挥产线产能，争取产出最大化，减少损耗，提质增效，提高a-Si和LTPS产业基地的效率与效益；全力保障天马显示科技、武汉天马G6项目、创新中心等重点项目建设顺利实施；通过分层分类的人才激励体系的完善，充分激发员工活力，为有意愿、有能力的员工提供发展平台。4、资金需求安排未来，公司将持续通过制定合理的财务和资金计划，不断拓宽融资渠道，丰富融资方式，优化融资结构，利用自有资金、债务融资、股权融资等多种可行的资金组合方式，满足自身经营发展及投资项目的资金需求。5、未来可能面对的风险（1）宏观经济风险2021年，新冠疫情仍在延续，中美贸易摩擦不断，地缘政治风险升级，世界充满了易变性、不确定性、复杂性和模糊性，全球经济格局正在加速重构，产业链持续调整。中国宏观经济基本面保持了基本平稳。显示行业作为国家战略性新兴产业，国家和地方政府对新型显示技术的发展给予了大力支持，但仍不能排除宏观经济的不确定性给公司发展带来潜在的风险。公司将继续加强宏观经济形势分析，深入分析行业格局，持续加大研发投入，不断提高产品的科技含量和产品附加值。同时，将持续积极布局新产品、新技术，通过核心技术的产业化提升公司核心竞争力，采用外汇衍生品等套期保值的方法来控制汇兑风险。此外，公司已开展业务连续性管理工作，提高企业的风险防范能力，有效地响应并降低外部环境变化对公司业务的不良影响。（2）市场风险随着5G、AI、IoT技术的发展，万物互联已经成为大势所趋。同时，“新基建”战略也将促使终端硬件随之升级变化，为产业链和行业格局带来深刻变革。伴随交互方式的改变与硬件的提升，未来，显示技术应用范围将会不断扩展，并在用户信息获取和交互上起到举足轻重的作用。长期来看，高端智能手机、智能穿戴、新能源汽车等领域将不断增长，为显示面板行业提供了更广阔的应用空间，但受宏观经济形势影响，需求或出现一定程度波动，尤其是从2020年下半年起，显示面板行业部分资源开始出现供应紧张，涨价甚至缺货，供需关系不平衡或关键资源错配，或将使得公司因资源瓶颈导致无法满足客户需求。此外，不同应用领域产品的不同需求对不同显示技术提出个性化要求，市场竞争格局也将更加激烈。若公司的技术和产品不能及时更新并满足应用领域的需求，或者市场竞争导致显示产品价格大幅下降，将给公司的发展带来风险。公司需继续加强与现有国内外品牌大客户的深度合作，积极与客户联合开发新技术、探讨新方案，为消费者创造更好的产品；同时，紧跟行业主流客户，准确把握终端市场应用节奏，对细分市场进行更为透彻的研究和分析，发掘更多新兴领域机会，积极布局和开拓新兴市场。此外，公司将不断强化供应链韧性，持续进行上游资源供需关系分析，保持与供应商间的良好互动，大力推进材料多元化，适当增加战略性资源储备，满足客户需求。（3）技术工艺风险目前，公司已自主掌握TN/STN、TFT-LCD、AMOLED、触控一体化技术（On-cell、In-cell）、柔性显示、ForceTouchTEDPlus、HTD、CFOT、屏下摄像头、屏下指纹识别、窄边框、高刷新率等诸多国际先进、国内领先的行业前沿及量产技术。显示行业技术发展较快，若公司新技术、新工艺、新产品不能持续研发与升级，或出现核心技术人员流失、技术泄密等情况，将会对公司的竞争力带来不利影响。公司将持续密切关注新型显示行业的技术发展趋势，强化技术开发和管理平台，加大技术投入，进一步巩固技术优势，并匹配市场发展、客户需求进行技术、工艺、产品升级，不断提升客户新产品开发与量产能力，在保持已有的技术优势和核心竞争力基础上进一步提高技术研发成果对经济效益的贡献。同时，公司着力持续完善多维度的激励体系、优化薪酬福利体系、建立技术人才梯队及培养计划，全面落实人才战略，保留、激励核心、关键岗位人才，为公司发展提供智力支持。（4）知识产权风险技术提升过程中，知识产权风险将变高。随着公司发展规模不断扩大，品牌影响力不断增强，若公司知识产权布局不能持续满足公司的发展需求，一旦卷入重大知识产权纠纷，将会削弱公司市场竞争力。公司将遵循高价值专利策略，不断完善关键技术和产品专利布局，加强风险专利的调查与对方风险专利无效理由的准备，降低风险专利威胁；不断提升核心技术团队专业能力；对公司知识产权活动设置预警；持续健全知识产权管理保护机制，增强市场防御能力。十、接待调研、沟通、采访等活动情况1、报告期内接待调研、沟通、采访等活动登记表√适用□不适用接待时间接待地点接待方式接待对象类型接待对象谈论的主要内容及提供的资料调研的基本情况索引2020年01-电话沟通机构富邦上海、群益投信、保德信投信、国泰世华银行、复华谈论的主要巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）月10日投信2020年01月13日天马大厦6楼会议室实地调研机构美林（亚太）有限公司、瑞银资产管理（新加坡）有限公司2020年02月04日-电话沟通机构天风证券、综合亚洲、钟港资本、中最投资、中银基金、中玄资产、中信证券、中信建投基金、中睿合银投资、中金证券、中航信托、中国人寿养老保险、中国人民人寿保险、中国国际金融、浙江翊晟资产、长城证券、优航资产银河基金、易方达基金、亚太财产保险、玄卜投资（上海）兴业银行、小米通讯技术、香港瑞华投资、芜湖通潮精密机械、同犇投资、天时开元基金、天风天睿投资、天虫资本、泰信基金、盛时国际投资、神采投资、深圳展博投资深圳市新富资本投资、深圳前海珞珈方圆资产管理、深圳内容：公司的经营情况、和未来发、展、行业状况和发展趋势；未提供、资料。前海行健资本管理、深圳民森投资、上投摩根基金、上海甄投资产管理、上海睿扬投资、上海宽和投资管理中心（有限合伙）、上海泓湖投资、上海海悦投资、上海富善投资、上海崇山投资、上海博道投资、善道投资、山石基金、厦门国际银行、平安资产管理、平安银行理财、鹏扬基金、诺德基金、铭远投资、民生银行、民生加银基金、麦为投长江养老保险、泰康资产、广发证券、北京衍航投资、、资、立名投资、景林资产、金之路文化传播、金域投资、金鹰基金、交银施罗德基金、江苏瑞华投资、江南资本、嘉实基金、汇丰资产管理、华银基金、华夏未来资本、华美国际投资、湖南源乘投资、红华资本、恒信投资、杭州白犀资产管理、海通国际资产管理、国信证券、广东景恒资本管理、高新投产业投资、方圆基金、敦和资产管理、东吴基金、东海证券、东方证券、东方阿尔法基金、鼎锋资产、德邦证券、德邦基金、淳厚基金、初九投资、北京匀丰资产管理、北京云程泰投资、北京嘉怡财富投资、鲍尔太平、安信证券、安联投资、AspexManagement、FengheAsiaF&HFundManagement、Point72SherwoodCapital2020年02-电话沟通机构、个国信证券、东北证券、中邮基金、上海涌津、上海侏罗纪资产、深圳猎投资本、六禾投资、望正资产、长江证券、东海基金、光大信托、中天证券、同犇投资、首创证券、月04日人中科沃土、兴业基金、盈峰投资、新百信基金、深圳前海鼎业、中银证券、北信瑞丰、前海期货、大成基金、民生信托、个人投资者2020年03月18日-电话沟通机构、个人华西证券、北京双信源资本管理、东吴基金、广东三乐资产管理、国寿养老、鸿盛资产、嘉实基金、金鹰基金、凯岩资本、上海晨燕资产、上投摩根、生命保险、万家基金、誉华资产、长安基金、中海基金、中信建投、中意资产、个人投资者2020年03月18日-电话沟通机构太平洋证券、ISAIAHRESEARCH、大成基金、德邦基金、繁星资本、富国基金、国海证券、怀新投资、汇丰晋信基金、江南资本、金信基金、美国银行、摩根士丹利基金、平安银行、朴信投资、融通基金、瑞穗证券、森木投资、上海人寿保险2020年03-电话沟通机构中泰证券、鸱夷资产、东海投资、东亚前海证券、方正证券、复星国际、富国基金、富利达基金（珠海）、杭州青士投资、弘茗（上海）资产、宏利资产管理（香港）、泓嘉基金、湖南蠡源晟投资、惠理基金、嘉实基金、开源证券、南方基金、浦银安盛基金、上海沃胜资产、上海湘楚月19日资产、上海长见投资、深圳前海无锋基金、深圳神州创投资产管理、深圳市金之灏基金、深圳市泰石投资、深圳市中润东方资产管理、深圳正见投资、泰信基金、兴全全球基金、英大证券、誉华资产管理（上海）、中阅资本2020年03月19日-电话沟通机构国信证券、安信基金、北信瑞丰基金、大成基金、聚州资产、士哲投资、首创证券、兴业资管、翼虎投资、长江养老保险、UGInvestmentAdvisersLTD2020年03-电话沟通机构方正证券、方正资管、方正富邦基金、国泰君安证券、申月20日港证券、诺安基金、长盛基金、中邮基金、中信建投资、上海理成资产管理、上海水相投资、深圳市裕晋投资、深圳前海万通融资租赁2020年05月28日天马大厦7楼会议室实地调研机构东吴证券、华创证券、任乔自产、上海聚鸣投资、天奥投资2020年06月12日-电话沟通机构富达基金2020年06月16日天马大厦6楼会议室实地调研机构长城证券、同泰基金、翼虎投资2020年06月18日-电话沟通机构统一证券、国泰投信、复华投信、三商美邦人寿、中国信托银行2020年08月31日-电话沟通机构、个人CINNO、CLSA投资、UG投资、奥本海默控股、白犀资产、北京风炎投资管理、北京嘉怡财富投资管理、财通证券、成泉资本、创金合信基金、登成投资、富国基金、高盛资产、光大永明资产、国金证券、恒健远志投资、红塔创新投资、华金证券、华融证券、华泰证券、华西证券、华星光电、佳坤资产、江南资本、京东方、开源证券、乐瑞资产、美国银行、民生证券、摩根大通投资、摩根士丹利、华鑫基金、群博资产、瑞士信贷、瑞穗证券、睿扬投资、上海侏罗纪资产、上海自贸区股权投资基金、申万宏源证券、景泰利丰投资、太平洋证券、天风证券、新疆前海联合基金、雅克科技、野村证券、易知投资、懿知投资、银华基金、盈泉资本、长城证券、征金资本、中国人寿资产管理、银河联昌证券、中信证券、个人投资者等2020年09月09日-电话沟通机构CISI、CloudAlphaCapital、Dodge&Cox、Forchn、GoldmanSachs、JPMorganAssetManagement(S)Ltd、MightyDivineNBIM、OasisManagement、PowerCorporationofCanadaPowerPacific、PrudenceInvestment、SumitomoMitsuiDSTelligentCapital、TrikonAssetManagement2020年09月10日天马大厦6楼会议室实地调研机构华金证券、海雅金控2020年09月16日-电话沟通机构富达基金2020年09月22日-电话沟通机构国信证券、台湾元大投信、台湾复华投信、台湾富兰克林华美投资、加拿大鲍尔太平、云杉投资2020年09月24日-电话沟通机构JNKSecurities、LightStreetCapital、PuyumaCapital摩根资产管理、维信诺、长江养老保险、中金公司、、、、2020年11月04日天马大厦7楼会议室实地调研机构长城证券2020年11月10日-电话沟通机构统一投顾、富邦人寿、野村投信2020年11月11日-电话沟通机构富邦投顾、富邦证券、远雄人寿2020年12月08日-其他（网络远程）其他投资者集体接待日接待次数23接待机构数量345接待个人数量6接待其他对象数量1是否披露、透露或泄露未公开重大信息否

标签数量：200